

INTERNET MARKETINGDAN SANOAT KORXONALARI FAOLIYATIDA FOYDALANISHNING AHAMIYATI

*Buxoro davlat universiteti
Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi*

Niyozova I.N.

Iqtisodiyot va turizm fakulteti 4-kurs talabasi

Murodova Maftuna

Annotatsiya: *ushbu maqolada sanoat korxonaları faoliyatida internet marketingning mazmun mohiyati nazariy ma'lumotlar asosida ochib berilgan hamda uning turlari Nazariy va amaliy jihatdan yoritib berilgan.*

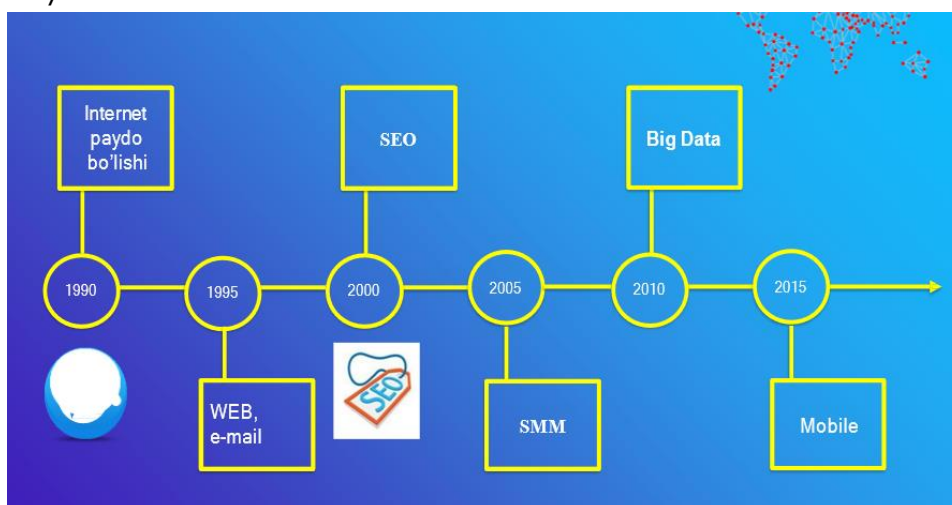
Kalit so'zlar: *internet marketing, internet marketing turlari, SEO, SEM, SMM, PPC, kontent marketing, e-mail marketing, raqamli platforma*

Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida mamlakatimizda sanoat korxonaları o'z xizmatlari, mahsulotlari, ishlarini sotish va xarid qilish uchun internetdan foydalanmoqda. Bu shundan dalolatki, maqsadli iste'molchiga erishmoqchi bo'lgan va raqobatbardosh bo'lishni xohlaydigan korxonaga kuchli internet-marketing tizimiga ega bo'lishlari kerak.

Shuni aytish joizki, keyingi yillarda barcha tarmoq va sohalarda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish va takomillashtirishga oid bir qancha me'yoriy-huquqiy hujjatlar ishlab chiqilib, bu hujjatlarda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga doir ko'plab qilinishi kerak bo'lgan ishlar belgilab qo'yildi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyuldagi O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi PQ-3832-sonli, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktyabrdagi "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PK-6079-sonli qarorlariga asosan Respublikada raqamlashtirishni rivojlantirish, yaqin kelajakda barcha tarmoq va sohalarga zamonaviy avtomatlashtirilgan texnologiyalarini samarali joriy etish bo'yicha chora-tadbirlarni bajarish bo'yicha amalga oshirilayotgan maqsad va vazifalarni ko'rsatib o'tish mumkin. Hozirgi kunda odamlar biznes ochishni yoki mavjud biznesni yaxshilashni rejalashtirmoqchi bo'lsa, onlayn marketing agentligi xizmatlaridan foydalanishi juda foydali bo'lib qoldi.

Internet marketing - (Internet marketing deb ham yuritiladi)bu mahsulot va xizmatlarni tadbiq qilish uchun Internet va kompyuterlar, mobil telefonlar va internetga ulanadigan boshqa raqamli texnologiyalardan

foydalanadigan marketing tarkibiy qismidir. Raqamli platformalar marketing rejaları va kundalik hayotga tobora ko'proq kiritila boshlaganligi sababli[8] va odamlar jismoniy do'konlarga tashrif buyurish o'rniga raqamli qurilmalardan tobora ko'proq foydalanishlari sababli, qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO), qidiruv tizimi marketing (SEM), kontent marketing, influenzer marketing, kontentni avtomatlashtirish, kompaniya marketingi, ma'lumotlarga asoslangan marketing, elektron tijorat marketingi, ijtimoiy media marketingi (SMM), to'g'ridan-to'g'ri email marketingi, display reklama qilish, elektron kitoblar va optik disklar, o'yinlar kabi kombinatsiyalaridan foydalanish odatiy holga aylandi.



1-rasm. Internet va raqamli internetning rivojlanishi.

Umuman olganda, internet marketing faoliyatining takomillashtirilishi marketing tadqiqotchilari uchun bir qator qulayliklar va imkoniyatlarni keltirib chiqarmoqda.

Raqamli texnologiyalar yordamida yaratilgan noyob ma'lumotlar bazasi turli xil fotosuratlar, videolar va ijtimoiy tarmoqlardagi postlar orqali tadqiqotchilar foydalanish imkoniyatiga ega bo'lyapti. Ushbu turdagi yangi ma'lumotlar manbalaridan tadqiqotchilar, mijozlar foydalanishlari mumkin. bevosita marketing qarorlarini qabul qilishda Durmuşog'lu va Barczaklar tomonidan olib borilgan tadqiqot bunga sifatli misol bo'la oladi, ularning so'zlariga ko'ra, bunday axborotlardan foydalanish AQSh va Kanada kabi mamlakatlardagi ma'lumotlar bazasi mahsulotga ijobiy ta'sir ko'rsatayotganligi aniqlangan.

Internet marketing bo'yicha tadqiqotlar soni har yili ortib bormoqda. Forbes ma'lumotlariga ko'ra, 2022 yilda 55% dunyo aholisi Internetdan foydalanish imkoniyatiga ega bo'ldi. 2023 yilda bir guruh olimlar tomonidan o'tkazilgan bibliometrik tadqiqot yordamida 1979 yildan 2020 yilgacha

Scopus ma'lumotlar bazasiga kiritilgan 924 ta maqoladan foydalanilgan. Ma'lumotlarga ko'ra, internet marketing tahlili bo'yicha tadqiqotlar yildan-yilga ortib bormoqda va birgina 2019 yilda internet marketing tahliliga oid 163 ta maqola chop etildi. Ushbu tadqiqotlarda nafaqat raqamli marketingning o'ziga xos xususiyatlari, balki uning jarayondagi ishtiroki marketing tadqiqotlari muhokama qilingan.

Internet-marketing keng qamrovli atama bo'lib, sanoat korxonalaridan foydalanishda, turli xil faoliyat turlarini rivojlantirish va takomillashtirishga erishadilar. Sanoat korxonalaridan internet-marketingning turlari orqali qidiruv tizimini optimallashtirish, ya'ni (SEO) orqali yangi mijozlarni ko'paytirish va ularni o'ziniki qilish imkoniyatiga ega bo'ladilar, kontent marketingda esa ijodiy qobiliyatni ishga solish, klik uchun to'lov (PPC) reklamasidan xizmatlar va mahsulot sotuvida foydalanganda o'z mahsuloti yoki xizmatining brend kuchiga ishonganlari uchun qo'llaydilar, ijtimoiy media marketing(SMM)dan esa, faoliyati davomida eng yaxshi segmentga eng yaxshi pozitsiya va brendingga keng imkoniyat ochib beradilar, elektron pochta marketingorqali esa mijozlar bilan uzoq muddatli va mustahkam munosabatlar qurish, takroriy sotuvlarni ko'paytirish va mijozlar fikr-mulohazalarni olishga imkoniyat yaratiladi. Mobile marketingdan esa sodiq mijozlarni ko'paytirish va ular bilan mustahkam aloqada qolish imkoniyatini qo'ldan boy bermaslikda foydalanadilar.

Sanoat korxonalaridan internet-marketingni biznes faoliyati uchun qo'llaganda, faoliyat ko'rinishning ortishiga, mijozlarni jalb qilish yaxshilanishiga erishadi, bunda mijozlar yaxshiroq brenddan xabardor bo'lishadi, iqtisodiy samaradorlikka erishiladi, o'zi uchun sodiq mijozlar bazasiga ega bo'ladi, raqobat ustunligiga erishiladi. Shularni inobatga olgan holda, sanoat korxonalaridan internet marketingdan foydalanishda:

- Maqsadli auditoriyani aniqlashi;
- Maqsadlarni qo'ya olishi;
- To'g'ri kanallarni tanlay olishi;
- Yuqori sifatli kontent yarata olishi;
- Doimo o'z natijalarini kuzatib borishi zarur.

Ijtimoiy tarmoqlarning xarakterli xususiyatlaridan biri, marketing maqsadlaridan samarali foydalanib, keng auditoriyani qamrab olishidir. 15 million ko'proq o'zbekistonlik internet foydalanuvchisi har oy kamida bitta ijtimoiy tarmoqqa tashrif buyuradi. O'zbekistonda internet foydalanuvchilari 75% dan ortig'ini tashkil qiladi. Mamlakatimizda internet marketing yoki onlayn marketing sifatida ham tanilgan elektron marketing bugungi raqamli davrda

sanoat korxonalari faoliyatining rivojlanishi uchun zarurdir. Bu an'anaviy marketing usullari mos kelmaydigan ko'plab afzallik va imkoniyatlarni taqdim etadi.

Internet marketing ijtimoiy tarmoqlar va boshqa kanallar orqali iste'molchilarga nimani yoqtirishini yoki yoqtirmasligini bilish tadbirkorlarga ma'lum bir auditoriyadagi asosiy ta'sir o'tkazuvchilarni aniqlashga yordam beradi. Ushbu ma'lumotlardan maksimal darajada foydalanish uchun raqamli marketing tadqiqotlarining rolini kuchaytiradi. Demak, raqamli marketing tadqiqotlarining asosiy maqsadi mijozlarni jalb qilish va ularni ushlab turishni yaxshilash (ehtiyojlar, xohish-istaklari hisobga olish), trendlar va tendentsiyalarni kuzatib borish, yangi maqsadli auditoriyani aniqlash, yangi marketing kompaniyalari uchun yondashuvlarni topishdan iborat.

Xulosa qilib aytganda, sanoat korxonalari internet marketingi kengroq auditoriyani qamrab olish, iqtisodiy samaradorlik, maqsadli marketing imkoniyatlari, o'lchanadigan natijalar, mijozlarni jalb qilish imkoniyatlari, moslashuvchanlik va integratsiya imkoniyatlari tufayli o'z bizneslarini rivojlantirish uchun juda muhimdir. Internet marketing kuchidan foydalanib, ular o'z mahsulot yoki xizmatlarini samarali targ'ib qilishi, mijozlar bilan bog'lanishi va bugungi raqamli iqtisodiyot davrida bizneslari o'sishini rag'batlantirishlari mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktyabrdagi "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish choratadbirlari to'g'risida"gi PK-6079-sonli qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 3 avgustdagi "O'zbekiston Respublikasi milliy statistika tizimini yanada takomillashtirish va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4796-sonli qarori.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyuldagi O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi PQ-3832-sonli qarori.

4. Dahlen, Micael. Marketing Communications: A Brand Narrative Approach. Chichester, West Sussex UK: John Wiley & Sons Ltd, 2010 — 36bet.

5. Nielsen. Digital advertising is rising in Canada, requiring more sophisticated measures of success. March 25, 2016.

6. Niyozovna, N. I. (2023). Ways to Increase the Competitiveness of Enterprises through Digital Marketing Strategies. *European journal of business startups and open society*, 3(12), 154-157.

7. Niyozova, I. (2024). Improving the use of marketing strategies of enterprises in social networks. *Центр научных публикаций (buxdu.uz)*, 45(45).
извлечено от https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/11592

8. "The 4 faces of digital marketing" American Marketing Association. August 22, 2019.

9. Сайфуллаева, М. (2022). Инновационные маркетинговые решения и их эффективность в определении ёмкости рынка строительной продукции. *Центр научных публикаций (buxdu. Uz)*, 25(25).

10. Sharapova N.R (2023). Yosh olimlar, doktorantlar va tadqiqotchilarning onlayn ilmiy forumi. *Tadbirkorlik faoliyatida raqamli marketing tadqiqotlarining zarurati*, 39-41. tatuff-epai.

11. Hakimov Z.A. Sharifhodjaev U.U. *Интерактив va raqamli marketing. O'quv qollanma.* –Т.: "Iqtisodiyot", 2019 – 170 b.